

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAKSI	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I: PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II: TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Minat Beli	9

2. <i>Social Media Marketing</i>	15
3. <i>Word of Mouth</i>	23
4. <i>Brand Image</i>	33
B. Penelitian Terdahulu	43
C. Hubungan Antara Variabel	44
D. Kerangka Penelitian.....	49
E. Hipotesis	50
BAB III: METODE PENELITIAN	51
A. Rancangan Penelitian.....	51
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	52
C. Populasi dan Sampel Penelitian.....	52
D. Jenis Data Penelitian.....	55
E. Prosedur Pengambilan Data.....	55
F. Klasifikasi Variabel Penelitian	56
G. Definisi Operasional Variabel	57
H. Skala Pengukuran Variabel.....	59
I. Uji Instrumen	61
J. Teknik Analisis Data	64
K. Uji Hipotesis	66
BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	71
A. Analisis Deskriptif.....	71
B. Analisis Regresi Linier Berganda	76
C. Pengujian Hipotesis	78
D. Pembahasan	81

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN	84
A. Kesimpulan	84
B. Saran	85
DAFTAR PUSTAKA	86
LAMPIRAN	90